

XXXIX Conferenza scientifica annuale A.I.S.Re.

Bolzano (BZ), 17-19 Settembre 2018

A.I.S.Re.

ASSOCIAZIONE ITALIANA DI SCIENZE REGIONALI

Sezione Italiana della Regional Science Association International



Il turismo volano dello sviluppo delle Aree Interne?

Lorenzo Cavallo, Marica D'Elia, Francesca Petrei, Maria Teresa Santoro

Lorenzo Cavallo

Ricercatore

Istat - Direzione Centrale per le Statistiche Ambientali e Territoriali

- *Cosa sono le Aree Interne*
- *I criteri di individuazione delle Aree Interne*
- *Analisi degli indicatori demografici ed economici nelle aree individuate dalla Strategia Nazionale Aree Interne, con particolare attenzione ai territori più periferici*
- *Le caratteristiche turistiche delle aree individuate dalla SNAI*
- *Una classificazione dei territori in base a criteri di turisticità, attrattività e vocazione turistica prevalente*
- *Focus sulle aree interne periferiche ed ultraperiferiche: aree con potenzialità di crescita*

Parte del territorio italiano è caratterizzato da un'organizzazione fondata su “centri minori”, spesso di piccole dimensioni e non in grado di garantire ai residenti una piena accessibilità ai servizi essenziali

La specificità di questi territori viene sintetizzata nell'espressione “**aree interne**”

Dal 2012, per invertire la tendenza del calo demografico, della riduzione dell'occupazione, al degrado del patrimonio culturale e paesaggistico cui si sta assistendo sin dal secondo dopoguerra soprattutto nelle aree periferiche del Paese, è stata avviata la “Strategia nazionale per le aree interne” da parte dell'Agenzia per la coesione territoriale

Tra i diversi obiettivi c'è quello di favorire l'attrattività turistica di queste aree

Il superamento del turismo di massa, una sensibilità per luoghi remoti e meno frequentati, le prospettive della *green economy* e del turismo sostenibile hanno ampliato la varietà delle scelte turistiche dando la possibilità a molte aree periferiche di “diventare turisticamente attrattive” e di sfruttare quest'opportunità per uscire dalla crisi delle economie rurali tradizionali

Il turismo rappresenta o può rappresentare una chiave di volta per questi territori

I criteri di classificazione delle Aree Interne

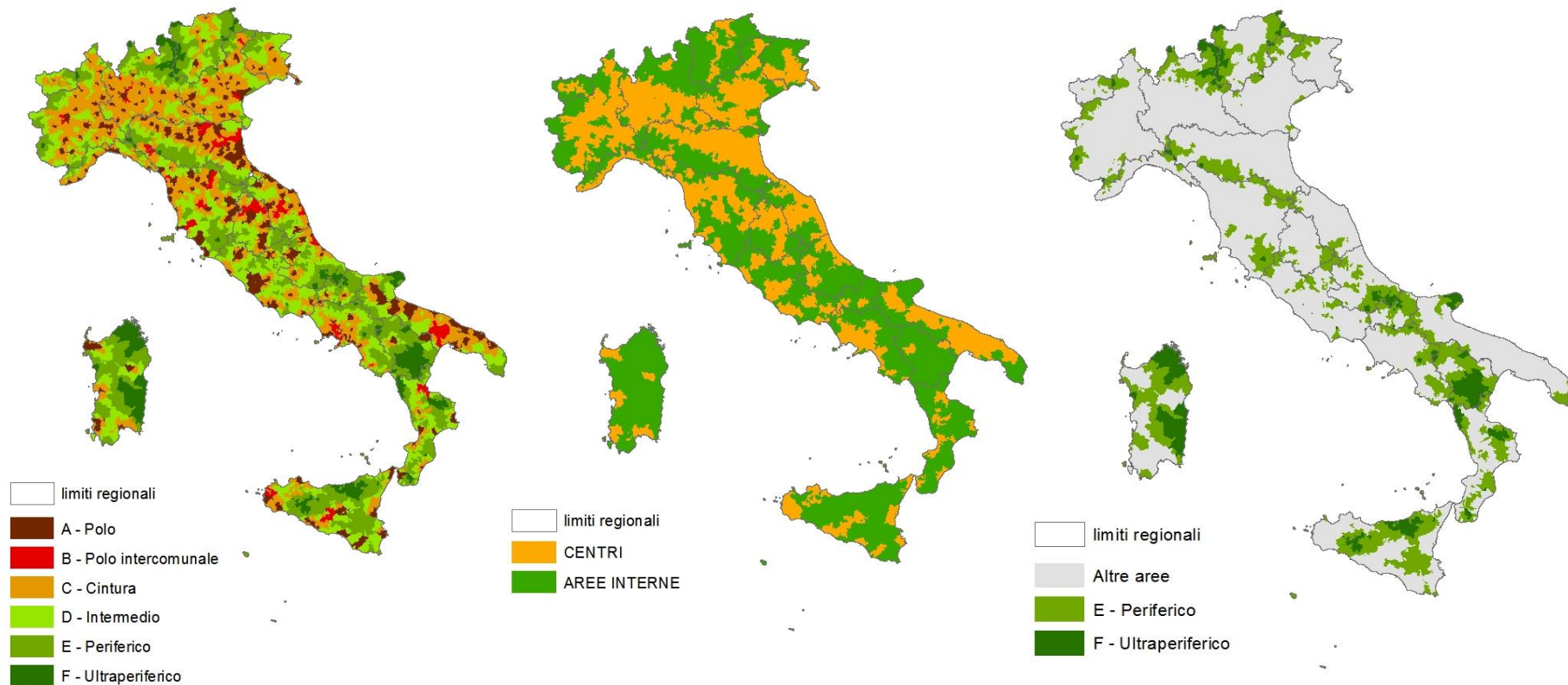
Sono stati individuati i “centri di offerta di servizi” o “poli” come quel comune o aggregato di comuni confinanti (polo intercomunale) in grado di offrire simultaneamente:

- tutta l’offerta scolastica secondaria
- almeno un ospedale sede di Dipartimento di Emergenza e Accettazione di I livello
- almeno una stazione ferroviaria di categoria Silver (dimensioni medio/piccole)

Individuati “poli” i restanti comuni sono stati classificati in base alla distanza dai centri (tempo di viaggio) in 4 fasce:

- aree di cintura – a meno di 20 minuti di distanza dal polo di offerta;
- aree intermedie – tra 20 e 40 minuti;
- aree periferiche – tra 40 e 75 minuti;
- aree ultra-periferiche – oltre i 75 minuti di distanza.

Le classificazione delle aree



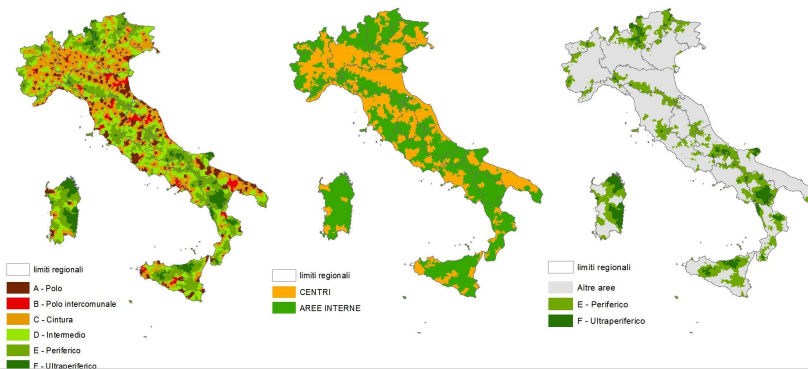
5

Il turismo volano dello sviluppo delle Aree Interne?

Bolzano, 18 settembre 2018

Il contesto demografico

Area	N. Comuni	%	Pop. 2017	%	% Sup. in kmq
A – Polo	216	2,7	21.706.457	35,8	9,6
B – Polo intercomunale	122	1,5	3.027.968	5,0	2,8
C – Cintura	3.532	44,2	22.534.805	37,2	27,8
D – Intermedio	2.322	29,1	8.874.651	14,6	29,2
E – Periferico	1.497	18,8	3.761.692	6,2	24,1
F – Ultraperiferico	294	3,7	679.766	1,1	6,4
CENTRI (A+B+C)	3.870	48,5	47.269.230	78,0	40,3
AREE INTERNE (D+E+F)	4.113	51,5	13.316.109	22,0	59,7
<i>- di cui Periferiche ed Ultraperiferiche</i>	<i>1.791</i>	<i>22,4</i>	<i>4.441.458</i>	<i>7,3</i>	<i>30,6</i>
ITALIA	7.983	100,0	60.585.339	100,0	100,0



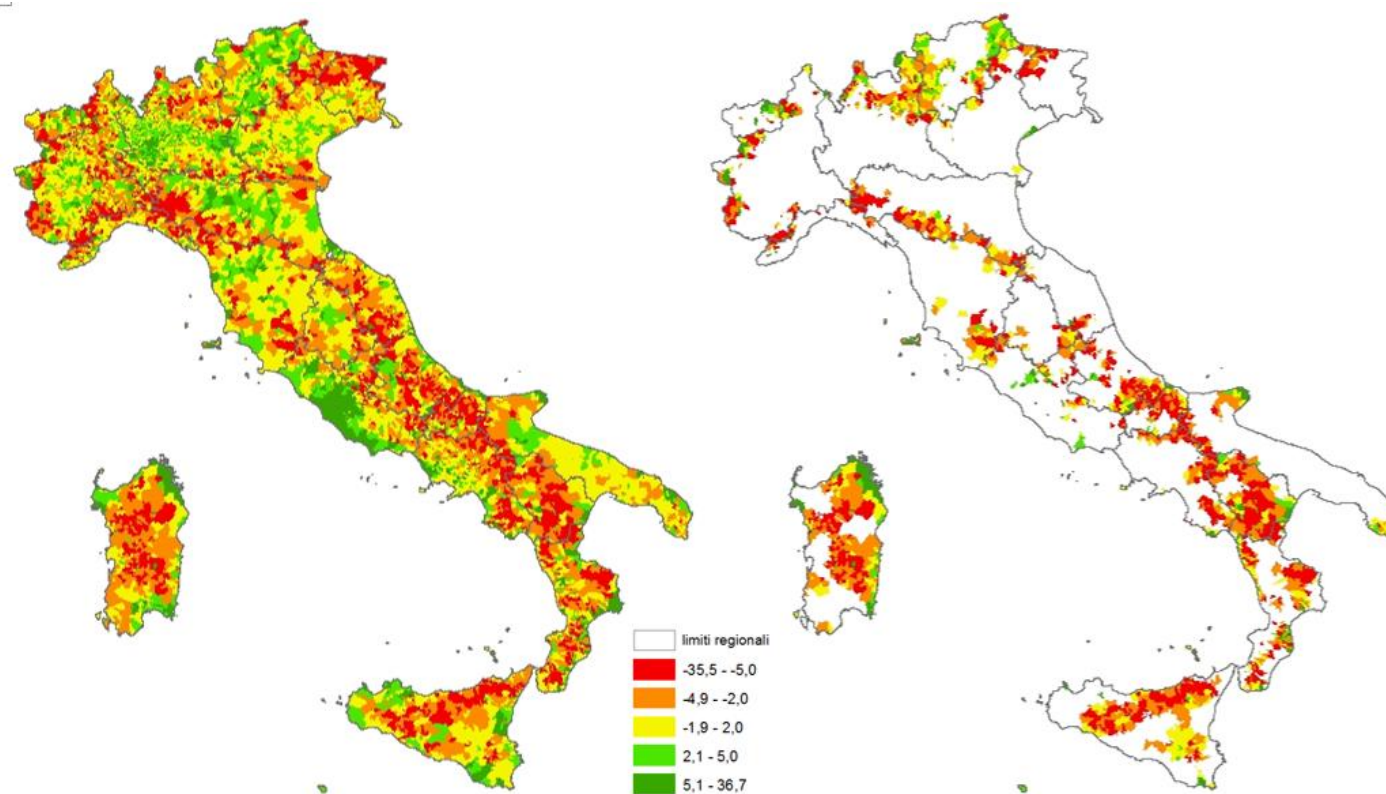
Area	Var. % 17-11	DAB (pop. x kmq)		
		2017	2011	Diff.
A - Polo	3,5	751,7	726,1	25,6
B - Polo intercomunale	1,3	351,7	347,2	4,5
C - Cintura	1,8	267,9	263,2	4,8
D - Intermedio	0,3	100,6	100,3	0,3
E - Periferico	-1,3	51,6	52,3	-0,7
F - Ultraperiferico	-0,8	35,0	35,2	-0,3
CENTRI (A+B+C)	2,6	388,8	379,1	9,7
AREE INTERNE (D+E+F)	-0,2	73,8	73,9	-0,2
<i>- di cui Periferiche e Ultraperiferiche</i>	<i>-1,2</i>	<i>48,1</i>	<i>48,7</i>	<i>-0,6</i>
ITALIA	1,9	200,6	196,8	3,8

6

Il turismo volano dello sviluppo delle Aree Interne?

Bolzano, 18 settembre 2018

La dinamica demografica 2017-2011



7

Il turismo volano dello sviluppo delle Aree Interne?

Bolzano, 18 settembre 2018

L'Indice di Vecchiaia (IV)

L'indice di vecchiaia (IV), ossia il rapporto tra popolazione di 65 anni e più su popolazione giovane (0-14 anni), cresce tra 2011 e 2017 in tutte le aree, ma in misura maggiore nelle aree periferiche ed ultra-periferiche (**Maggiore invecchiamento**)

Tale invecchiamento è determinato dallo spopolamento di questi territori

Anche se la popolazione anziana è cresciuta meno della media nazionale si è ridotta drasticamente quella giovane ed è diminuita molto anche la popolazione quella in età attiva

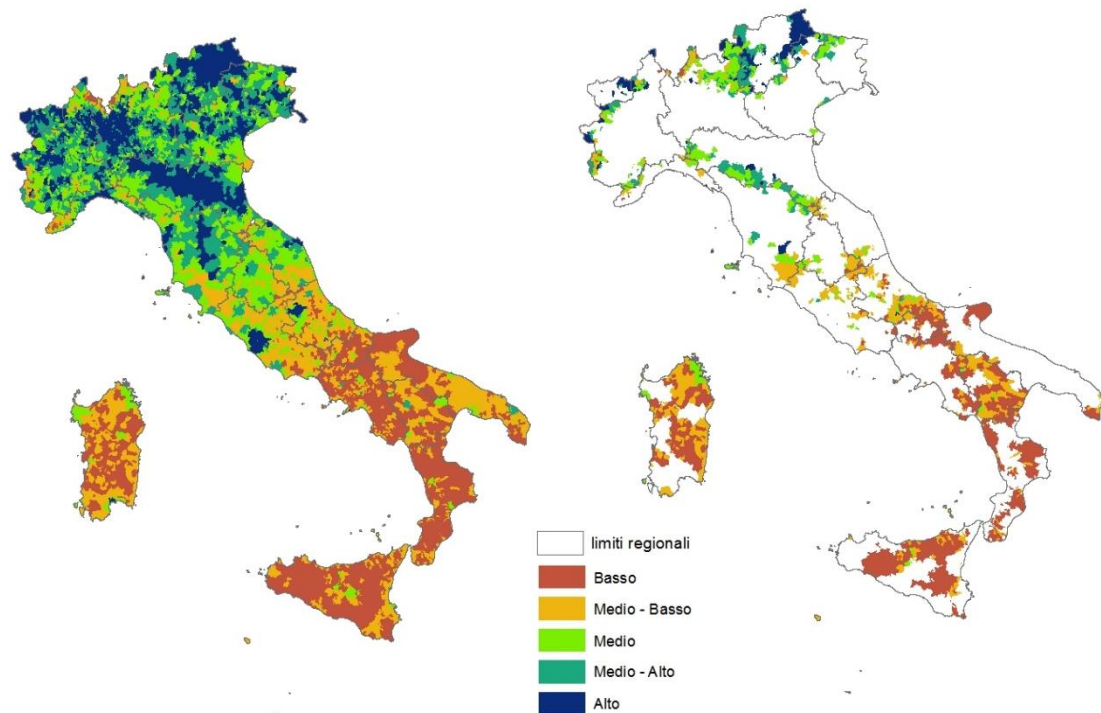
Area	IV			Var. % 2017-2011		
	2017	2011	Δ_{17-11}	0-14	15-64	65+
A - Polo	180,0	170,4	9,7	1,6	2,6	7,4
B - Polo intercomunale	152,6	133,3	19,3	-3,5	-0,4	10,4
C - Cintura	148,5	129,6	19,0	-2,2	-0,3	12,1
D - Intermedio	167,9	147,4	20,5	-4,6	-1,3	8,7
E - Periferico	193,1	167,8	25,3	-7,6	-2,7	6,3
F - Ultraperiferico	194,3	169,7	24,6	-6,9	-2,0	6,5
CENTRI (A+B+C)	162,6	147,3	15,3	-0,7	1,0	9,7
AREE INTERNE (D+E+F)	175,9	154,1	21,8	-5,5	-1,7	7,9
- di cui Periferiche e Ultraperiferiche	193,3	168,1	25,2	-7,5	-2,6	6,4
ITALIA	165,4	148,8	16,6	-1,7	0,4	9,3

Le caratteristiche economiche

Area	Addetti	Addetti per 1.000 abitanti	Quota % addetti su tot Italia	Reddito per abitante	Reddito per abitante in età attiva
A - Polo	7.228.482	333,0	44,4	14.272,9	22.425,1
B - Polo intercomunale	763.810	252,3	4,7	11.206,7	17.458,8
C - Cintura	5.706.755	253,2	35,0	12.072,6	18.673,4
D - Intermedio	1.775.732	200,1	10,9	10.009,9	15.566,2
E - Periferico	689.874	183,4	4,2	8.895,0	13.949,1
F - Ultraperiferico	125.221	184,2	0,8	8.487,8	13.191,0
CENTRI (A+B+C)	13.699.047	289,8	84,1	13.027,5	20.304,6
AREE INTERNE (D+E+F)	2.590.828	194,6	15,9	9.617,2	14.990,5
- di cui Periferiche ed Ultraperiferiche	815.095	183,5	5,0	8.832,7	13.832,2
ITALIA	16.289.875	268,9	100,0	12.278,0	19.136,7

Reddito per abitante

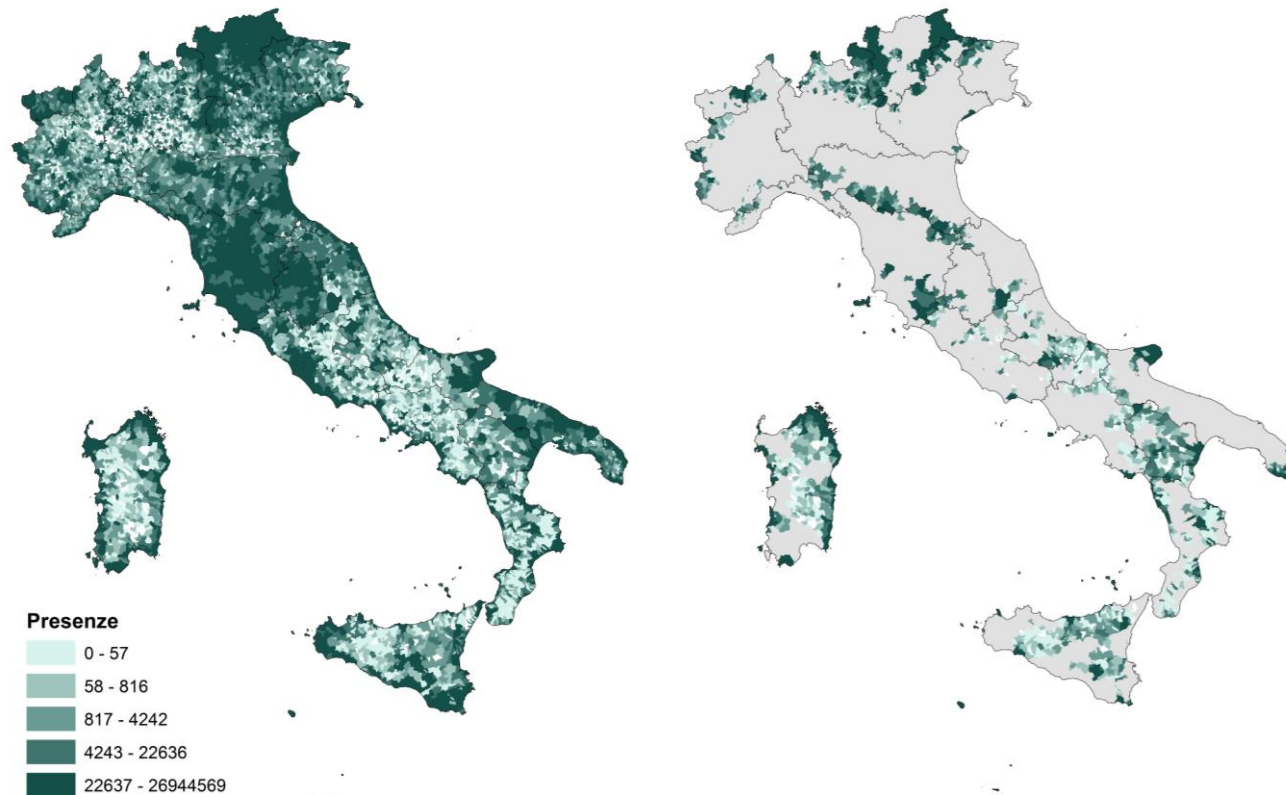
Area	Reddito per abitante in età attiva
A - Polo	22.425,1
B - Polo intercomunale	17.458,8
C - Cintura	18.673,4
D - Intermedio	15.566,2
E - Periferico	13.949,1
F - Ultraperiferico	13.191,0
CENTRI (A+B+C)	20.304,6
AREE INTERNE (D+E+F)	14.990,5
- di cui Periferiche e Ultraperiferiche	13.832,2
ITALIA	19.136,7



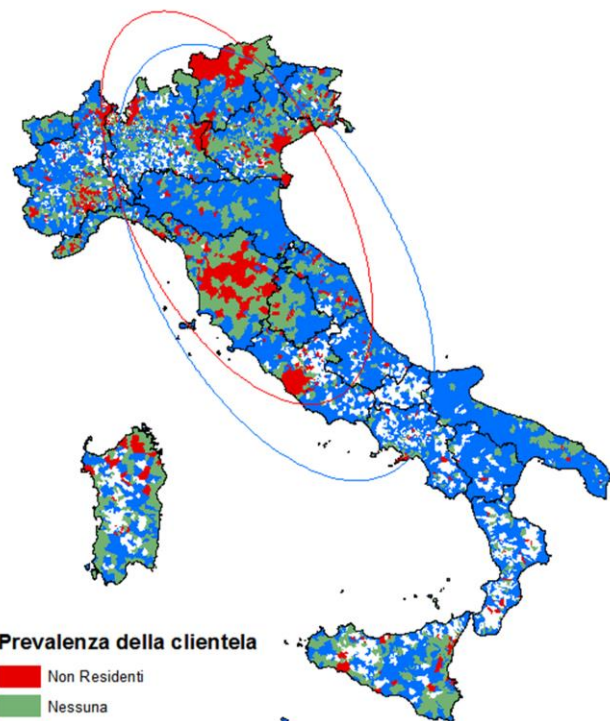
Il mercato turistico

Area	Letti	Letti per 1.000 abitanti	Presenze	Presenze per 1.000 abitanti	Quota addetti turismo su addetti tot.(a)
A - Polo	1.216.043	56,0	140.386.376	6.467,5	5,1%
B - Polo intercomunale	204.827	67,6	14.394.370	4.753,8	4,2%
C - Cintura	1.373.967	61,0	113.735.297	5.047,1	4,2%
D - Intermedio	1.068.978	120,5	69.345.257	7.813,9	6,6%
E - Periferico	909.631	241,8	65.473.424	17.405,3	11,3%
F - Ultraperiferico	264.392	388,9	17.294.431	25.441,7	15,2%
CENTRI (A+B+C)	2.794.837	59,1	268.516.043	5.680,6	4,7%
AREE INTERNE (D+E+F)	2.243.001	168,4	152.113.112	11.423,2	8,2%
- di cui Periferiche e Ultraperiferiche	1.174.023	264,3	82.767.855	18.635,3	11,9%
ITALIA	5.037.838	83,2	420.629.155	6.942,8	5,2%

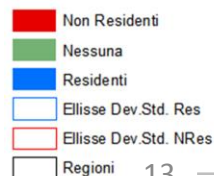
Le presenze a livello comunale



La composizione della clientela



Prevalenza della clientela



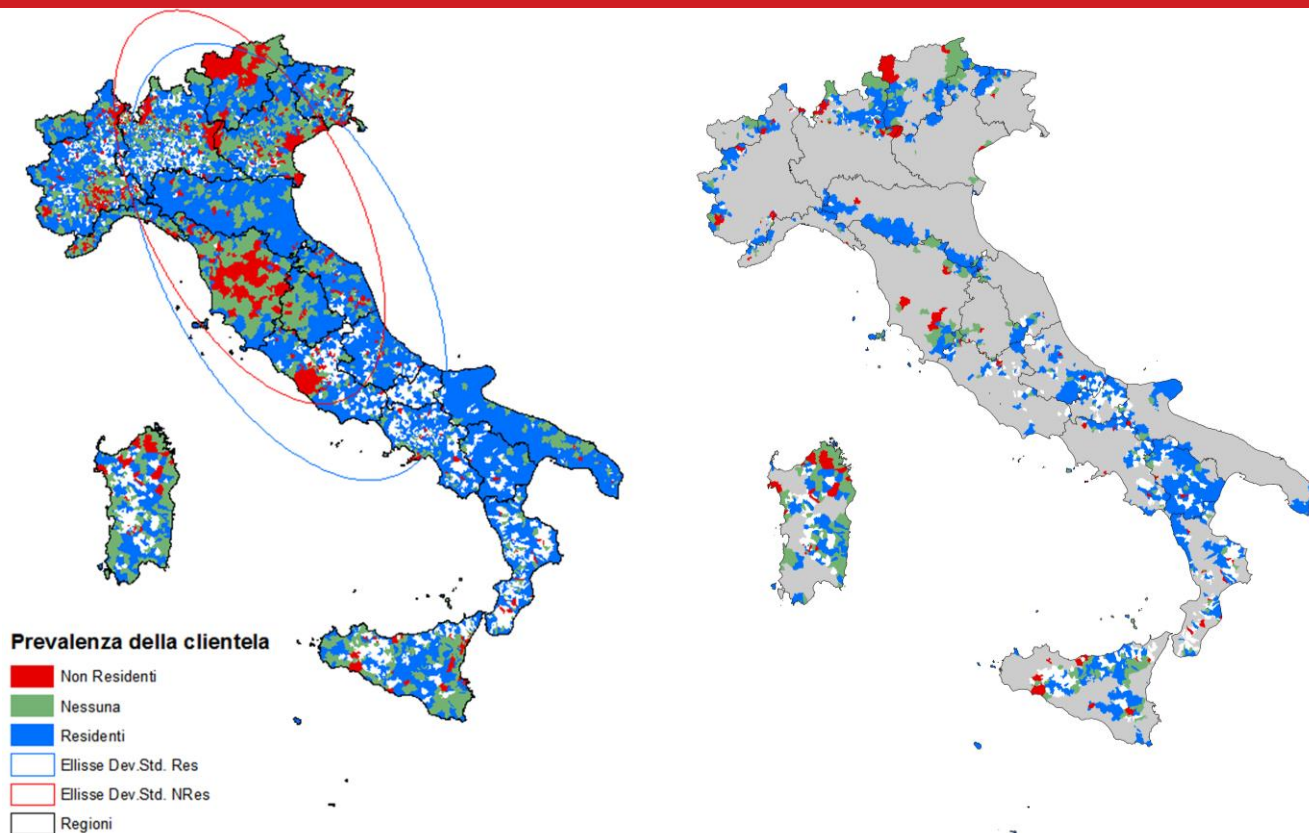
13

Area	Presenze			Quota %		
	Totali	Residenti	Non Residenti	Residenti	Non Residenti	Non Res. su Tot. Non Res.
A - Polo	140.386.376	65.938.904	74.447.472	47,0	53,0	35,3
B - Polo intercomunale	14.394.370	9.086.668	5.307.702	63,1	36,9	2,5
C - Cintura	113.735.297	58.348.471	55.386.826	51,3	48,7	26,3
D - Intermedio	69.345.257	30.879.771	38.465.486	44,5	55,5	18,3
E - Periferico	65.473.424	35.427.344	30.046.080	54,1	45,9	14,3
F - Ultraperiferico	17.294.431	10.289.211	7.005.220	59,5	40,5	3,3
CENTRI (A+B+C)	268.516.043	133.374.043	135.142.000	49,7	50,3	64,2
AREE INT. (D+E+F)	152.113.112	76.596.326	75.516.786	50,4	49,6	35,8
- di cui Periferiche ed Ultraper.	82.767.855	45.716.555	37.051.300	55,2	44,8	17,6
ITALIA	420.629.155	209.970.369	210.658.786	49,9	50,1	100,0

Il turismo volano dello sviluppo delle Aree Interne?

Bolzano, 18 settembre 2018

La composizione della clientela \ 2



Una classificazione del territorio: turisticità relativa, attrattività e vocazione turistica

I tre aspetti presi in considerazione sono distinti, ma fortemente connessi tra di loro:

- la **turisticità relativa** di un territorio ossia il peso che il fenomeno turistico ha in quell'area indipendentemente dalla dimensione demografica del territorio preso in esame
- l'**attrattività** di un territorio ossia una misura dell'appetibilità di un territorio relativamente ad uno spostamento verso di esso, in termini migratori e turistici
- la vocazione turistica (**vocazione**) intesa come la presenza prevalente in un territorio di alcune delle caratteristiche specifiche cui usualmente vengono associate alcune delle motivazioni di un viaggio

Per *turisticità relativa* indichiamo il peso del mercato turistico nel territorio in termini di capacità ricettiva (esercizi ricettivi e posti letto), di flussi turistici (arrivi e presenze negli esercizi ricettivi) e di peso del settore turistico sul mercato del lavoro

Le variabili turistiche sono “relativa”, ossia pesate sulla popolazione del comune (o, come per gli addetti in quota), per misurare l’impatto del fenomeno indipendentemente dalle dimensioni demografiche e per consentire un confronto tra territori

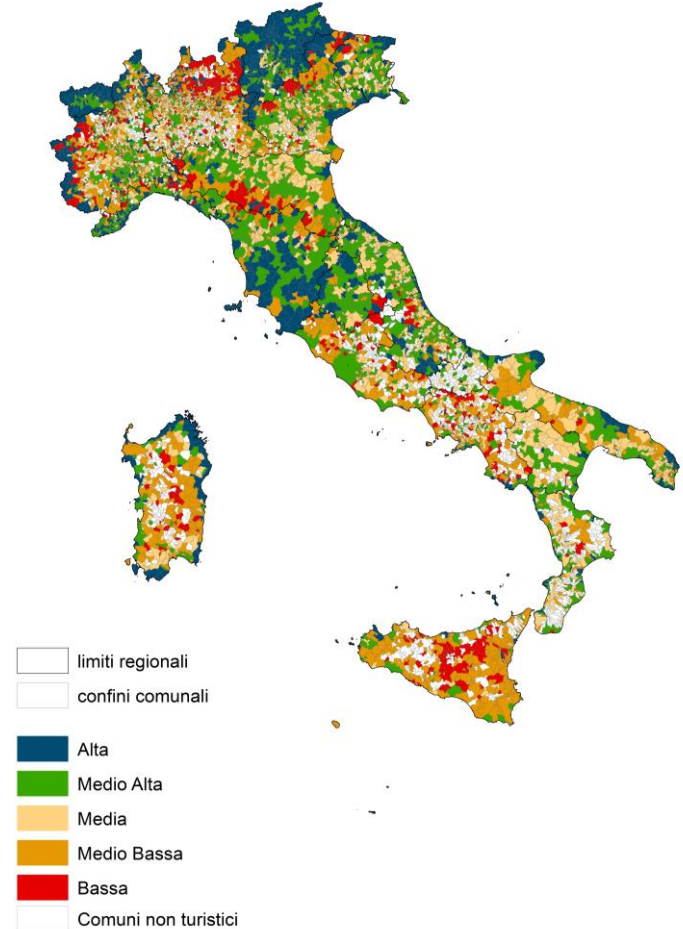
Il set di indicatori utilizzato è dato da:

- *esercizi ricettivi per 1.000 abitanti*
- *letti per 1.000 abitanti*
- *arrivi negli esercizi ricettivi per 1.000 abitanti*
- *presenze negli esercizi ricettivi per 1.000 abitanti*
- *addetti del turismo per 1.000 abitanti*
- *quota degli addetti del turismo sugli addetti totali*

La turisticità relativa / 2

Le classi individuate sono 6:

1. *Turisticità Alta*
2. *Turisticità Medio Alta*
3. *Turisticità Media*
4. *Turisticità Medio Bassa*
5. *Turisticità Bassa*
6. *Comuni non ricettivi (non turistici)*



Per *attrattività* indichiamo la capacità di un territorio di attrarre nuovi abitanti e visitatori dall'esterno del proprio ambito territoriale.

Le variabili utilizzate sono sia di tipo demografico-migratorio, sia di tipo turistico.

Si è considerato anche che un fattore di attrattività di un territorio possa essere anche il benessere economico e sociale di un territorio. Per questa ragione è stato utilizzato il reddito *pro capite* di un comune in relazione al corrispondente valore medio provinciale, quale misura del benessere economico e l'Indice di Vulnerabilità Sociale e Materiale (IVSM) come “indice inverso” di scarso *appeal* di un territorio per le sue vulnerabilità economiche e sociali

L'indice di vulnerabilità sociale e materiale, costruito dalla combinazione di 7 indicatori che descrivono le dimensioni della fragilità “materiale” e “sociale” di un territorio, fornisce una misura sintetica del livello di vulnerabilità dei comuni italiani

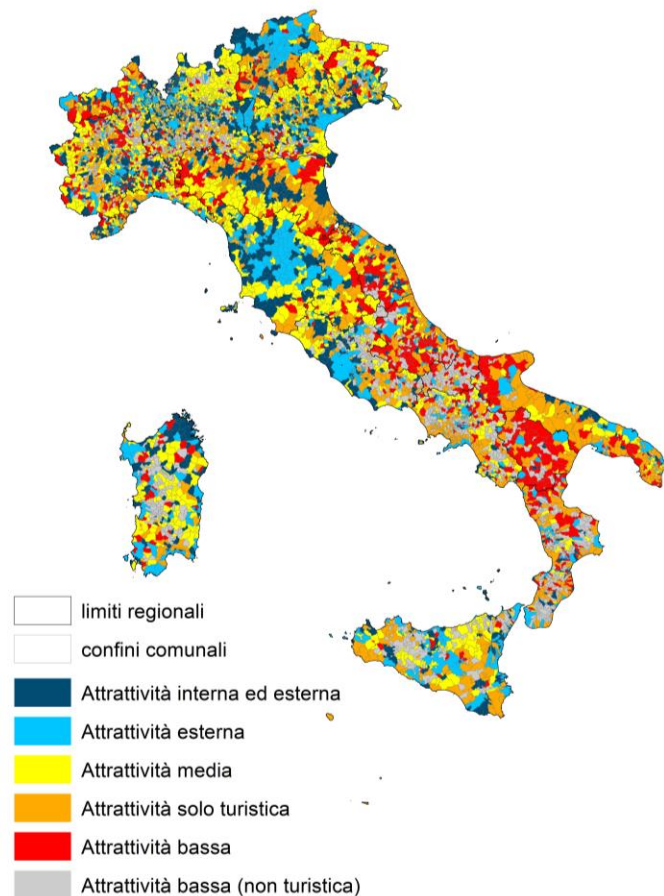
Tutti gli indici sono stati, ove necessario, relativizzati rispetto alla popolazione del comune

Il set di indicatori utilizzato per la determinazione di gruppi omogenei di attrattività è quindi dato da:

<ul style="list-style-type: none"><i>variazione della popolazione 2011-2017</i><i>saldo migratorio 2011-2017</i><i>variazione della popolazione straniera 2011-2017</i><i>quota dei nati fuori regione residenti nel comune</i>	DEMOGRAFICI E MIGRATORI
<ul style="list-style-type: none"><i>incidenza delle presenze dei residenti in Italia</i><i>incidenza delle presenze dei non residenti in Italia</i><i>incidenza delle presenze dei residenti fuori dalla Regione sul totale</i><i>incidenza delle presenze dei residenti fuori dalla Regione sul totale residenti in Italia</i><i>incidenza delle presenze dei residenti fuori dalla Regione + non residenti sul totale dei clienti</i>	TURISTICI
<ul style="list-style-type: none"><i>reddito pro capite sul valore medio provinciale</i><i>IVSM</i>	

Le classi individuate sono 6:

1. **Attrattività interna ed esterna:** comuni con valori superiori alla media nazionale sia per gli indicatori demografico-migratori, sia per quelli turistici (domestici e internazionali), con un livello di benessere superiore alla media nazionale
2. **Attrattività esterna:** comuni con valori demografico-migratori superiori alla media (in particolare per gli stranieri) ed una prevalenza della componente estera della clientela (e benessere alto)
3. **Attrattività media (o attrattività locale):** comuni con indicatori demografico-migratori e di benessere vicini a quelli medi ed una prevalenza "locale" della clientela
4. **Attrattività solo turistica:** comuni con le sole variabili turistiche superiori alla media nazionale ed una prevalenza di turismo domestico (anche da fuori regione)
- 5.-6. **Attrattività bassa:** comuni con tutti gli indicatori inferiori alle medie nazionali (nella classe 6 i comuni non ricettivi)



Per *vocazione* indichiamo la prevalenza di una o più caratteristiche di un territorio, cui usualmente viene associata la scelta della destinazione come meta di viaggio o vacanza.

Le caratteristiche prese in considerazione sono 4:

1. “vocazione naturalistica”
2. “vocazione culturale”
3. “tutela enogastronomica e del territorio”
4. “tempo libero”

Sono escluse caratteristiche quali “costiero” o “montano” che seppur fondamentali nel motivare la scelta di una meta turistica, hanno un carattere geografico, generalmente indipendenti dalle politiche di *governance* territoriale

La vocazione turistica / 2

Per la determinazione della vocazione prevalente è stata usata un'ampia batteria di indicatori per ognuna delle singole caratteristiche

Da questi indicatori sono stati ricavati 4 indicatori sintetici per ambito:

1. Naturalistico
2. Culturale
3. Certificazione e tutela del territorio
4. Tempo libero

Indicatore	Fonte	Anno
Ambito NATURALISTICO		
Presenza di Parco Naturale	MATTM	2010
Presenza di Siti SIC	MATTM	2017
Presenza di Siti ZPS	MATTM	2017
Presenza di Geoparchi	UNESCO	2017
Presenza di Oasi protette	LIPU, WWF LEGAMB.	2017
Superficie delle Aree protette su superficie comunale	Istat	2016
Ambito CULTURALE		
Presenza e n. Musei/gallerie	Istat	2015
Presenza e n. Aree/parchi archeologici	Istat	2015
Presenza e n. Monumenti/ compl. Monumentali	Istat	2015
Numero di Visitatori Musei e istituzioni similari	Istat	2016
Presenza e n. Biblioteche	ICCU	2016
Presenza e n. Archivi	MIBACT	2015
Presenza e n. Santuari	MIBACT	2015
Presenza e n. Eremi	POIGPS	2017
Presenza e n. Festival/Mostre	MIBACT	2015
Presenza e n. Beni architettonici	MIBACT	2015
Presenza e n. Beni archeologici	MIBACT	2015
Presenza e n. Parchi e giardini	MIBACT	2015

Indicatore	Fonte	Anno
Ambito CERTIFICAZIONE E TUTELA DEL TERRITORIO (COMPRESA ENOGASTRONOMIA)		
Borghi più belli d'Italia	Associazione Borghi	2017
Borgo Bandiera arancione	TCI	2017
Città del gusto	ANCI	2017
Bandiera BLU	Istat	2015
Presenza di DOP, IGP, SGT	Istat	2015
Aziende DOP, IGP, SGT (agr.e zootecn.)	FEE	2017
Siti Unesco	Unesco	2017
Ambito TEMPO LIBERO		
Presenza e n. Teatri	MIBACT	2017
Presenza e n. Cinema	MIBACT	2017
Presenza e n. Autodromi	POIGPS	2017
Presenza e n. Diving center	POIGPS	2017
Presenza e n. Giardini zool. e Parchi faun.	POIGPS	2017
Presenza e n. Campi da golf	POIGPS	2017
Presenza e n. Laghi da pesca	POIGPS	2017
Presenza e n. Parchi divertimento	POIGPS	2017
Presenza e n. Stadi di calcio (serie A-D)	POIGPS	2017
Presenza e n. Stabilimenti Balneari	Poi TOM TOM	2016-17
Presenza e n. Stazioni sciistiche	POIGPS	2017
Presenza e n. Porti turistici	POIGPS	2017

Il turismo volano dello sviluppo delle Aree Interne?

Bolzano, 18 settembre 2018

La vocazione turistica / 3

Le classi individuate sono 6:

1. *Leader*
2. *Certificati*
3. *Naturalistici*
4. *In cerca di vocazione*
5. *Bassa vocazione (leggera prevalenza culturale)*
6. *Bassa vocazione (leggera prevalenza tempo libero)*

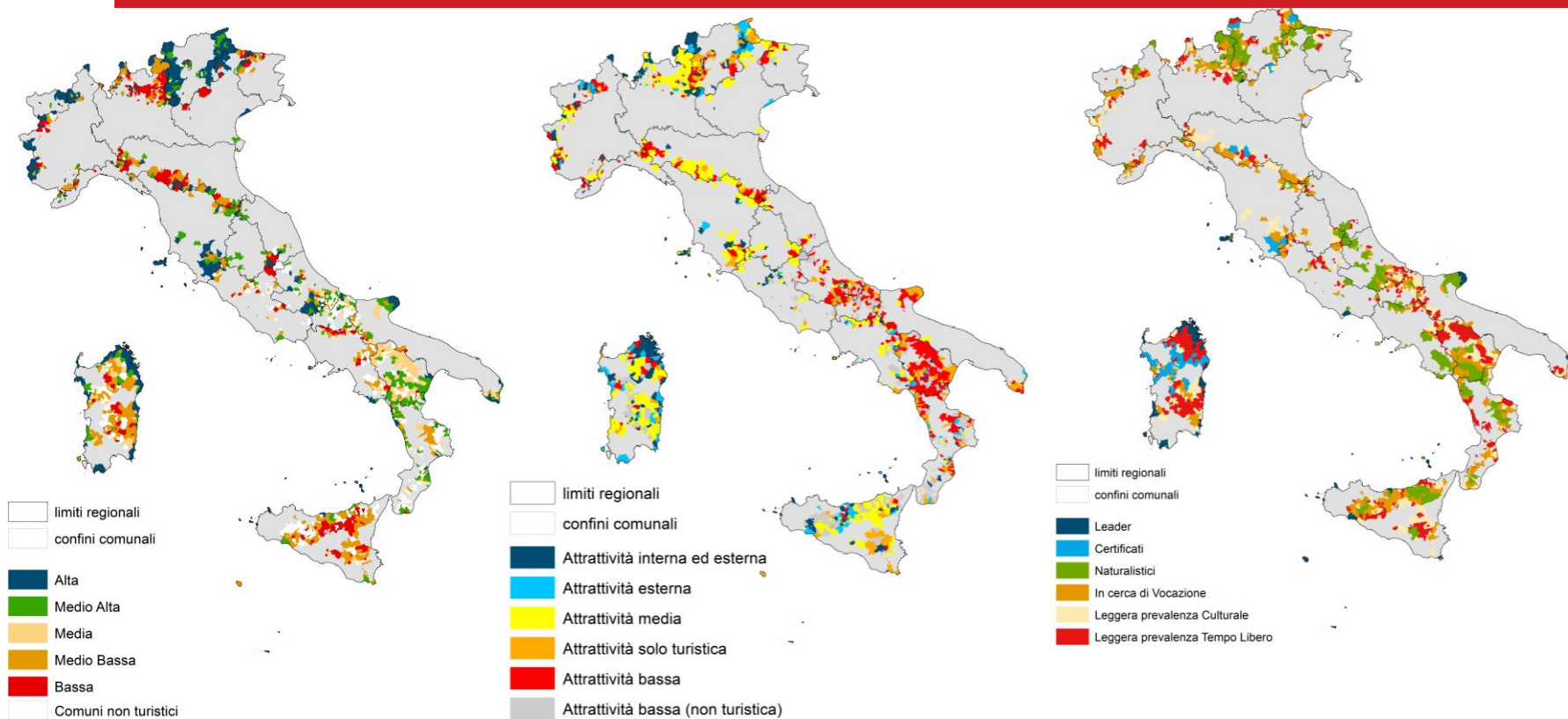
I **comuni leader** sono quelli in cui tutte le caratteristiche considerate hanno valori superiori alla media

I **certificati** e **naturalistici** sono quelli che presentano una forte prevalenza nelle specifiche caratteristiche

Le altre 3 classi non mostrano una spiccata prevalenza di una caratteristica rispetto alle altre: quelli **in cerca di vocazione**, rispetto alle altre due, hanno valori di poco superiori alla media in più caratteristiche senza averne alcuna che prevale



Focus sulle aree interne periferiche ed ultraperiferiche

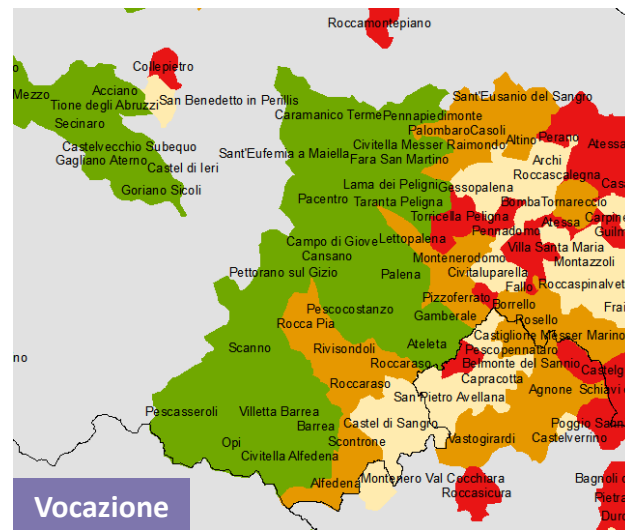
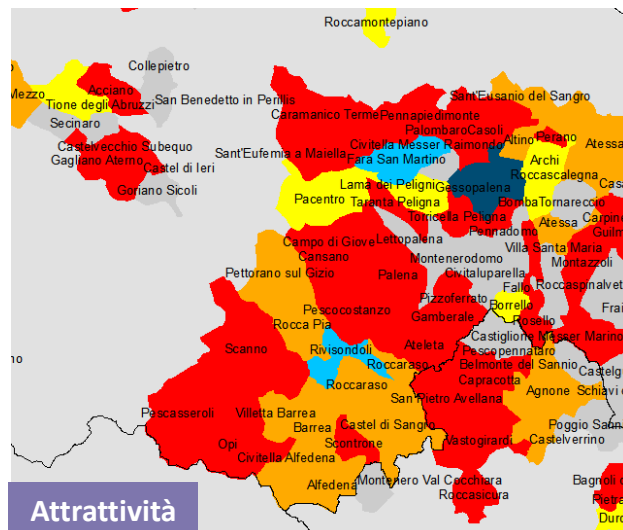
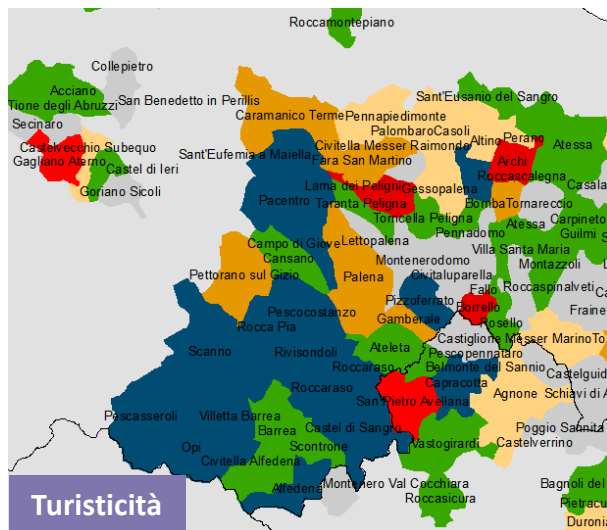


24

Il turismo volano dello sviluppo delle Aree Interne?

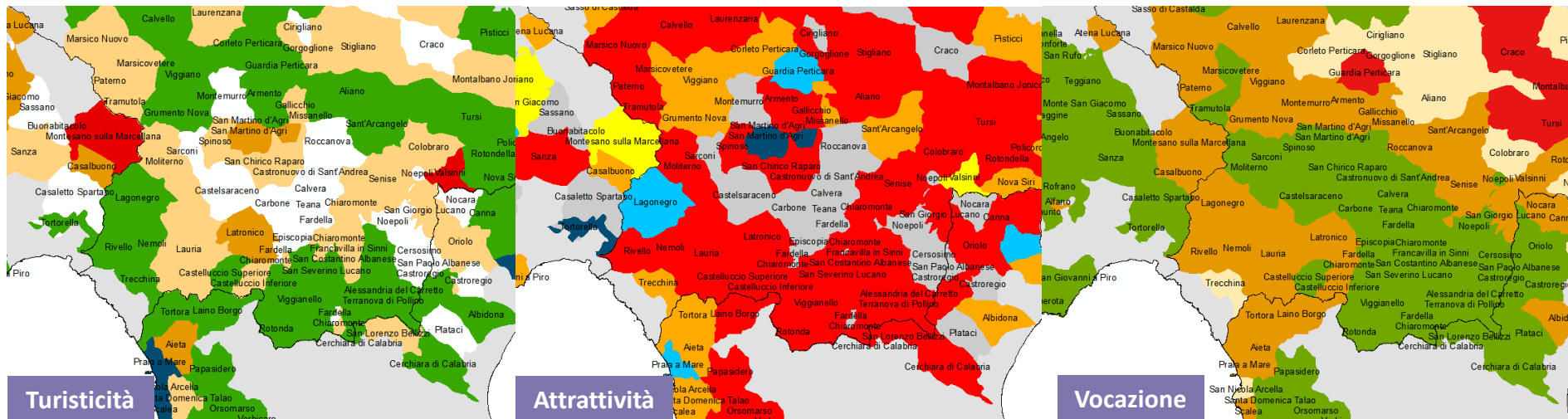
Bolzano, 18 settembre 2018

Aree con potenzialità di crescita / 1



Area	Letti per 1.000 abitanti	Presenze per 1.000 abitanti	Quota addetti Turismo su tot.
Basso Appennino Abruzzo-Molise	234,8	6.459,7	9,9%
Basso Cilento (Campania-Basilicata-Calabria)	156,9	5.964,8	5,9%
Aree Periferiche e Ultraperiferiche	264,3	18.635,3	11,9%
ITALIA	83,2	6.942,8	5,2%

Aree con potenzialità di crescita / 2

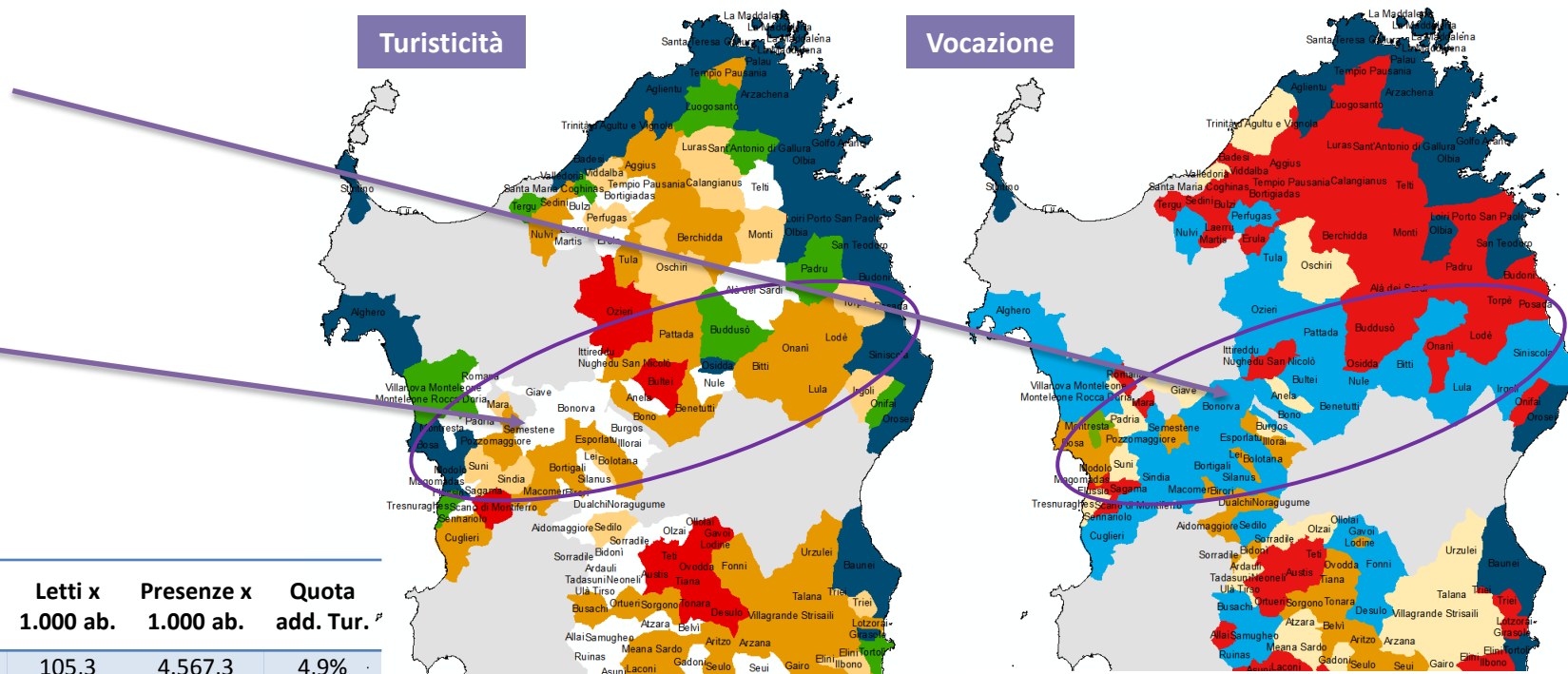


Area	Letti per 1.000 abitanti	Presenze per 1.000 abitanti	Quota addetti Turismo su tot.
Basso Appennino Abruzzo-Molise	234,8	6.459,7	9,9%
Basso Cilento (Campania-Basilicata-Calabria)	156,9	5.964,8	5,9%
Aree Periferiche e Ultraperiferiche	264,3	18.635,3	11,9%
ITALIA	83,2	6.942,8	5,2%

Le aree certificate dell'entroterra sardo

Turisticità

Vocazione



Area	Letti x 1.000 ab.	Presenze x 1.000 ab.	Quota add. Tur. ^p
Entroterra sardo	105,3	4.567,3	4,9%
Per. e Ultrap.	264,3	18.635,3	11,9%
ITALIA	83,2	6.942,8	5,2%

Sarebbe errato vedere nel turismo la sola alternativa possibile ad una situazione economica di difficoltà e la soluzione universale per i tutti i problemi di mancato sviluppo o di spopolamento di un territorio

È necessaria una rigorosa analisi che tenga conto della domanda e dell'offerta turistica, ma anche della concorrenza e delle tendenze di mercato

Solo in seguito ad analisi accurate si potrà affermare se un territorio possiede o meno un reale potenziale di sviluppo turistico che giustifichi nuovi investimenti

Sarebbe comunque un bene, soprattutto per le aree periferiche, agganciare l'opzione turistica a caratteristiche del territorio, per realizzare un'offerta peculiare e riconoscibile

Vale anche per quei casi in cui si individua nel patrimonio culturale, paesaggistico, naturalistico, nella certificazione e tutela del territorio, nella promozione del patrimonio enogastronomico una risorsa capace di generare direttamente introiti economici utili a sostenere lo sviluppo locale